

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка

Філософський факультет
Кафедра політології

Затверджено

На засіданні кафедри політології
філософського факультету
Львівського національного університету імені Івана Франка
(протокол № 1 від 26 серпня 2022 р.)

Завідувач кафедри  проф. Анатолій РОМАНЮК

**Силабус з навчальної дисципліни
«Менеджмент та аналіз виборчої кампанії»,
що викладається в межах ОПП «Політологія»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти для здобувачів
зі спеціальності 052 «Політологія»
галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»
2022 року вступу**

Львів – 2022

| | |
|------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Назва дисципліни | Менеджмент і аналіз виборчої кампанії |
| Адреса викладання дисципліни | м. Львів, Львівський національний університет імені Івана Франка, вул. Університетська 1, 79000 |
| Факультет та кафедра, за якими закріплена дисципліна | Філософський факультет, кафедра політології |
| Галузь знань, шифр та назва спеціальності | Галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» Спеціальність 052 «Політологія» |
| Викладачі дисципліни | Сліпецька Юлія МIRONІВНА, кандидат політичних наук, доцент кафедри політології ЛНУ ім. І. Франка |
| Контактна інформація викладачів | Електронна адреса: yuliya.slipetska@lnu.edu.ua Сторінка викладача: http://filos.lnu.edu.ua/employee/ Місце знаходження: Львів, Львівський національний університет імені Івана Франка, вул. Університетська 1, ауд. 206 |
| Консультації з питань навчання по дисципліні відбуваються | Щоп'ятниці, 16:40-18:00 год.(філософський факультет, кафедра політології, ауд. 206) + У день проведення лекцій/семінарських занять. Також можливі он-лайн консультації через засоби віддаленого відео- й аудіозв'язку та емейлінг на електронну адресу викладача. |
| Сторінка дисципліни | https://filos.lnu.edu.ua/academics/bachelor/curriculum-politology |
| Інформація про дисципліну | Навчальна дисципліна «Менеджмент і аналіз виборчої кампанії» є нормативним курсом зі спеціальності 052 «Політологія» для освітньої програми першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, яка викладається в VIII семестрі в обсязі 3 кредитів (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою, ECTS). |
| Коротка анотація дисципліни | Навчальна дисципліна «Менеджмент і аналіз виборчої кампанії» присвячена проблематиці виборчих кампаній і особливостей їх проведення у залежності від інституту обрання та типу виборчої системи. Дисципліна розроблена як крос-дисциплінарна, зокрема на стику політології (політичних інститутів і процесів), психології та економіки. У вступній частині дисципліни заплановане ознайомлення студентів із призначенням і специфікою менеджменту виборчих кампаній, а також із сутністю виборчих технологій. Студенти повинні бути ознайомлені з сутністю, різновидами, особливостями, етапами та ресурсами виборчої кампанії. В основній частині дисципліни увагу буде приділено проблематиці: стратегічного планування кампанії, поняттю виборчої команди та штабу, масовій виборчій комунікації впливу політичної реклами та іміджу кандидата на кінцевий результат виборчої кампанії, а також виборчим технологіям та впливу на масову свідомість виборців новітніми digital-технологіями. |
| Мета та цілі дисципліни | Метою вивчення нормативної дисципліни «Менеджмент і аналіз виборчої кампанії» є ознайомлення студентів із призначенням та специфікою менеджменту виборчих кампаній, а також із сутністю, різновидами та особливостями виборчих технологій. |
| Література для вивчення дисципліни | Основна література: |

1. Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч-метод. посібник / Ю. Шведа. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. -340с.
2. Шведа Ю. Вибори від А до Я: настільна книга менеджера виборчої кампанії. – Львів: Видавництво «Астролябія», 2015. – 384 с.
3. Прикладна політологія: навч.посіб. / за ред. В. П. Горбатенка. – К.: ВЦ «Академія», 2008. – 472с.
4. Сучасний виборчий PR: Навчальний посібник / В.В. Лісничий, В. О. Грищенко, В.М. Іванов та інші, - 2-ге видання, перероблене та доповнене. К.: ВД «Професіонал», 2004. – 384с.
5. Бебик В. М. Політичний маркетинг і менеджмент. Підручник. – К.: МАУП, 1996. – 144 с.

Додаткова література:

6. Камуз А. Аналіз особливостей менеджменту виборчої кампанії в сучасних реаліях. -Державне будівництво. – № 1/2016
7. Королько В. Г. Основи публіцистики: підручник для студентів вузів / В. Г. Корольков; С. Удовик. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2000. – 528 с.
8. Почепцов Г. Г. Іміджеологія: теорія і практика / Г. Г. Почепцов. – К., Адеф, 1998.
9. Полторак В. А. Політичний маркетинг. – Дніпропетровськ, 2001.
10. Сліпецька Ю. Електоральні партії: теоретико-методологічні засади та ідеологічне позиціонування на прикладі паоламентських виборів 2019 / Юлія Сліпецька, Микола Спересенко // Грані. – 2020. – № 4 (23). – С. 45-57.
11. Сліпецька Ю. Зміна електоральних преференцій виборців під впливом політичної реклами під час президентської виборчої кампанії 2019 // Політичні партії і вибори: українські та світові практики: зб. ст. і тез за результатами четвертої міжнародної наукової конференції «Політичні партії і вибори: українські та світові практики» (пам'яті Юрія Романовича Шведа) від 9 листопада 2019 року / за ред. Анатолія Романюка і Віталія Литвина. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, – Вип. 4.– С. 114-124
12. Сліпецька Ю. Теоретико-методологічні засади дослідження електорального менеджменту і маркетингу / Ю. Сліпецька // Тези звітної наукової конференції філософського факультету / Відп. за випуск Л. Рижак, О. Квас. – Дрогобич : ТзОВ «Трек-ЛТД», 2020. – С. 121-123.
13. Маніпулятивні технології в політичній рекламі (на прикладі президентської виборчої кампанії 2019)/ Ю. Сліпецька / Тези звітної наукової конференції філософського факультету / Відп. за випуск Л. Рижак, О. Квас. – Дрогобич : ТзОВ «Трек-ЛТД», 2019.
14. Сліпецька Ю. Електоральні партії: ідеологічне позиціонування парламентських партій в Україні // Грані. – 2018. – № 21 (12). – С. 5-15.

| | |
|--------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>Інтернет-джерела:</p> <p>15. Freedom in the World. URL: http://www.freedomhouse.org/report-types/freedom-world</p> <p>16. Polity IV Project: Political Regime Characteristics and Transitions, 1800–2013. URL: http://www.systemicpeace.org/polity/polity4.htm</p> <p>17. Nations in Transit. URL: http://www.freedomhouse.org/report-types/nations-transit</p> <p>18. Varieties of democracy. URL: https://v-dem.net/</p> |
| Тривалість курсу | 1 семестр / 90 годин |
| Обсяг курсу | Загалом 90 годин, зокрема 39 годин аудиторних занять. З них: 26 годин лекцій, 13 годин практичних занять та 51 годин самостійної роботи. |
| Очікувані результати навчання | <p>У результаті успішного проходження курсу студент набуде <i>спеціальні (фахові) компетентності</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - СК03. Здатність описувати, пояснювати й оцінювати політичні процеси та явища у різних історичних, соціальних, культурних та ідеологічних контекстах. - СК04. Здатність застосовувати інструментарій нормативної та емпіричної політичної теорії, політичної методології, порівняльної та прикладної політології, міжнародних та глобальних студій у фаховій діяльності. - СК12. Здатність аналізувати PR-стратегії та кампанії і застосувати на практиці технології ефективного PR на різних рівнях політики. - СК15. Здатність використовувати засадничі основи проектної діяльності як частини публічної політики, форм та механізмів зв'язку інститутів громадянського суспільства з інститутами державної влади. <p><i>Програмні результати навчання:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - РН10. Вміти описувати, пояснювати й оцінювати політичні процеси та явища у різних історичних, соціальних, культурних та ідеологічних контекстах. - РН12. Вміти аналізувати взаємодію політичних акторів та інститутів, владу та урядування, політичні системи та режими, політичну поведінку у різних контекстах їх функціонування. - РН14. Застосовувати теорії та методи прикладної політології, політичних комунікацій, спеціальних політологічних дисциплін у професійній діяльності. - РН17. Застосовувати здобуті навички для успішної консультативної діяльності в роботі з політичними лідерами, інститутами, органами державної влади та громадськими організаціями. - РН20. Конструювати дизайн та реалізовувати соціально-політичні проекти, використовувати навички комунікації з громадським сектором та зв'язків з громадськістю в процесі реалізації цих проектів. Після завершення цього курсу студент буде: <p><i>Знати:</i></p> |

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <ol style="list-style-type: none"> теоретичну й емпіричну еволюцію, сутність, засади та методологію дослідження, принципи, різновиди і функції політичного менеджменту, зокрема в контексті виборчих кампаній; сутність, складові, етапи та ресурси виборчої кампанії, основи електорального менеджменту, виборчої комунікації та поведінки, іміджології та іміджмейкінгу, електорального консультування, а також основні виборчі технології; <p><i>Вміти:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> проекувати, організовувати, реалізовувати, оцінювати і рекомендувати різні типи виборчих стратегій під час виборчих кампаній, зокрема в рамках менеджменту виборчих кампаній; досліджувати, генерувати, систематизувати, аналізувати, обробляти та порівнювати нові ідеї і наявні знання й інформацію з різних джерел та експериментальні дані для ефективного прогнозування результатів виборчих кампаній, розв'язання наявних проблем і вироблення відповідних рекомендацій. |
| Ключові слова | Виборча кампанія, стратегія, тактика, імідж, політична реклама, комунікація, політичні рішення, політичний процес, вибори, партії, ресурси виборчої кампанії. |
| Формат курсу | Змішаний |
| Аудиторні особливості курсу | Проведення лекцій, практичних/семінарських занять, консультації для кращого розуміння тем дисципліни. |
| Теми | Детально див. Додаток «Схему курсу» |
| Підсумковий контроль, форма | Залік в кінці семестру |
| Пререквізити | Для вивчення дисципліни «Менеджмент і аналіз виборчих кампаній» студентам краще мати базові знання з таких курсів, як «Політичні інститути і системи», «Партологія», «Псефологія», «Психологія», «Соціальна психологія». Вони будуть допоміжними для сприйняття категоріального апарату. |
| Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу | Презентації, лекції, колаборативне навчання (групові проекти, спільні розробки, групові розрахункові роботи, навчальні спільноти, тьюторство і т.д.), проектно-орієнтоване навчання, дискусія, семінари, самостійна робота, аналіз статистичних баз даних. Навчальні методи: пояснювально-ілюстративний, частково-пошуковий, інтерактивний, активізації навчання. |
| Необхідне обладнання | Вивчення курсу потребуватиме залучення персонального комп'ютера (принаймні лектором) і мультимедійного проектора. Крім того, бажано, щоби студенти також користувались персональними комп'ютерами. Для курсу не потрібно спеціалізованого програмного забезпечення (хоча воно може використовуватись за бажанням). Тим не менше, потрібне впевнене користування загальноживаними програмами й операційними системами (з метою подання електронних матеріалів – електронна пошта, платформи Microsoft Teams, Zoom, Telegram, Moodle тощо). Також для курсу бажане володіння мінімальними навиками роботи з базами та масивами даних й інформації. |
| Критерії оцінювання (окремо для кожного) | Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням: практичні/самостійні тощо – 60% семестрової оцінки (максимальна кількість балів – 60); контрольні заміри (модулі) – |

| | |
|---------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>виду навчальної діяльності)</p> | <p>20% семестрової оцінки (максимальна кількість балів – 40); залік – за підсумками навчання протягом семестру.</p> <p>Підсумкова максимальна кількість балів упродовж семестру – 100.</p> <p>Письмові та проектні роботи: Очікується, що студенти виконають декілька видів письмових робіт, серед яких вирішення кейсів, а також розрахункові роботи.</p> <p>Академічна доброчесність: Очікується, що роботи студентів будуть їхніми оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування і втручання в роботу інших студентів становлять, однак не обмежують прикладів можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак цього є підставою для незарахування тієї або іншої роботи студента викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману. Відповідно, жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються.</p> <p>Відвідування занять є важливою складовою навчання. Очікується, що всі студенти відвідають усі лекції та практичні заняття курсу. Студенти повинні інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку студенти зобов'язані дотримуватися всіх термінів, визначених для виконання усіх видів робіт, передбачених курсом.</p> <p>Література. Уся література, яку студенти не зможуть знайти самостійно, буде надана викладачем виключно в освітніх цілях без права її передачі третім особам. Студенти заохочуються до використання також й іншої літератури та джерел, яких немає серед основних і додаткових.</p> <p>Політика виставлення балів. Враховуються бали, набрані на поточному тестуванні й поточному навчанні, а також в самостійній роботі. При цьому, обов'язково враховуються присутність на заняттях й активність студента під час практичного заняття, списування і плагіат, несвоєчасне виконання поставлених завдань.</p> |
| <p>Питання до екзамену (чи питання на контрольні роботи)</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття виборчого менеджменту 2. Поняття виборчої кампанії 3. Різновиди виборчої кампанії 4. Етапи виборчої кампанії 5. Ресурси виборчої кампанії 6. Фінансування виборчої кампанії 7. Стратегічне планування виборчої кампанії 8. Стратегічні проекти виборчої кампанії 9. Виборча команда 10. Виборчий штаб 11. Структура виборчого штабу 12. Громадськість та вибори 13. Виборча пропаганда та агітація 14. Політична реклама 15. Друковані ЗМІ 16. Соціальні медіа у політиці 17. Зовнішня реклама 18. Digital-маркетинг у політиці 19. Характеристика кандидата у депутати 20. Загальні закономірності впливу на виборців 21. Форми особистих контактів з виборцями |

| | |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> 22. Правове регулювання участі мас-медіа у виборах 23. Політична реклама 24. PR і зв'язки з громадськістю 25. Чорний, білий і сірий PR 26. Як працювати із ЗМІ на виборах 27. Загальні основи іміджеології та іміджмейкінгу 28. Формування іміджу політика 29. Поведінка політика в умовах компрометуючого впливу 30. Формування іміджу партії 31. Маніпулювання свідомістю виборців 32. Виборчі технології та їх різновиди 33. Базові та диференційні виборчі технології 34. Виборче мистецтво 35. Нові медіа у політиці |
| Опитування | Анкету-оцінку для оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу. |

Додаток. Схема курсу «Менеджмент і аналіз виборчої кампанії»

| Тиж. / год | Тема, план, короткі тези | Форма діяльності (заняття) | Література / Ресурси в інтернеті | Завдання, год. | Термін виконання |
|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|------------------|
| 1 /12 год. | Тема 1. Теоретичні засади менеджменту й аналізу виборчої кампанії. Вступне заняття. Вступ до курсу | Лекція, презентація, дискусія – 2 год. Семінар, групова робота, дискусія, тьюторство – 1 год Самостійна робота – 9 год. | 1. Прикладна політологія: навч.посіб. / за ред. В. П. Горбатенка. – К.: ВЦ «Академія», 2008. – 472с. 2. Бебик В. М. Політичний маркетинг і менеджмент. Підручник. – К.: МАУП, 1996. – 144 с. | Самостійна робота по темі 9 год. | 1 тиждень |
| 2,3/ 13 год. | Тема 2. Виборча кампанія: суть, різновиди, етапи та ресурси. Визначення поняття виборчої кампанії. Виборча кампанія та її різновиди. Етапи виборчої кампанії. Ресурси виборчої кампанії. Фінансування виборчої кампанії. | Лекція, презентація, дискусія – 4 год. Семінар, групова робота, дискусія, тьюторство – 2 год. Самостійна робота – 7 год. | 1. Шведа Ю. Вибори від А до Я: настільна книга менеджера виборчої кампанії. – Львів: Видавництво «Астролябія», 2015. – 384 с. 2. Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч-метод. посібник / Ю. Шведа. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. -340с. | Самостійна робота по темі 7 год. | 2-3 тиждень |
| 4,5/ 13 год. | Тема 3. Електоральний менеджмент Вивчення стратегічних проектів виборчої кампанії. Виборча команда та виборчий штаб. Структура виборчого штабу, „кухонний кабінет“. Громадськість та вибори. | Лекція, презентація, дискусія – 4 год. Семінар, групова робота, дискусія, тьюторство – 2 год. Самостійна робота – 7 год. | 1. Шведа Ю. Вибори від А до Я: настільна книга менеджера виборчої кампанії. – Львів: Видавництво «Астролябія», 2015. – 384 с. 2. Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч-метод. посібник / Ю. Шведа. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. -340с. | Самостійна робота по темі 7 год. | 4-5тиждень |
| 6,7/ 13 год. | Тема 4. Електоральна комунікація. Масова і особистісна комунікація. Виборча пропаганда та агітація. Політична реклама. | Лекція, презентація, дискусія – 4 год. Семінар, групова робота, | 1. Шведа Ю. Вибори від А до Я: настільна книга менеджера виборчої кампанії. – Львів: Видавництво «Астролябія», 2015. – 384 с. | Самостійна робота по темі 7 год. | 6-7 тиждень |

| | | | | | |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|---------------|
| | Характеристики кандидата. Закономірності впливу на виборців. Форми особистісних контактів | дискусія, тьюторство – 2 год. Самостійна робота – 7 год. | 2. Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч-метод. посібник / Ю. Шведа. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. -340с. | | |
| 8,9/ 13 год. | Тема 5. Маніпулювання у виборчій кампанії. Соціотехніки виборчого менеджменту. Основні маніпулятивні технології впливу на виборців. | Лекція, презентація, дискусія – 4 год. Семинар, групова робота, дискусія, тьюторство – 2 год. Самостійна робота – 7 год. | 1. Шведа Ю. Вибори від А до Я: настільна книга менеджера виборчої кампанії. – Львів: Видавництво «Астролябія», 2015. – 384 с. 2. Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч-метод. посібник / Ю. Шведа. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. -340с. | Самостійна робота по темі 7 год. | 8-9 тиждень |
| 10,11/ 13 год. | Тема 6. Іміджеологія та іміджмейкінг. Загальні основи іміджеології та іміджмейкінгу. Формування іміджу ролітика. | Лекція, презентація, дискусія – 4 год. Семинар, групова робота, дискусія, тьюторство – 2 год. Самостійна робота – 7 год. | 1. Почепцов Г. Г. Іміджеологія: теорія і практика / Г. Г. Почепцов. – К., Адеф, 1998. 2. Шведа Ю. Вибори від А до Я: настільна книга менеджера виборчої кампанії. – Львів: Видавництво «Астролябія», 2015. – 384 с. 3. Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч-метод. посібник / Ю. Шведа. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. -340с. | Самостійна робота по темі 7 год. | 10-11 тиждень |
| 12,13/ 13 год. | Тема 7. Виборчі технології та виборчі мистецтво. Виборчі технології та їх різновиди. Базові та диференційні виборчі технології. Виборче мистецтво. | Лекція, презентація, дискусія, розрахункова робота – 4 год. Семинар, групова робота, дискусія, тьюторство – 2 год. Самостійна робота – 7 год. Підсумковий модульний контроль | 1. Шведа Ю. Вибори від А до Я: настільна книга менеджера виборчої кампанії. – Львів: Видавництво «Астролябія», 2015. – 384 с. 2. Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч-метод. посібник / Ю. Шведа. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. -340с. | Самостійна робота по темі 7 год. | 12-13 тиждень |
| Разом | | | | 90 | |